

PENGELOLAAN KESAN SELEBASK (STUDI DRAMATURGI PADA PENGGUNA ASK.FM DARI KALANGAN MAHASISWA) IMPRESSION MANAGEMENT OF SELEBASK (A STUDY OF DRAMATURGY ON ASK.FM USERS AMONG STUDENTS)

Martaekadita¹, Iis Kurnia Nurhayati, SS, M.Hum², Kharisma Nasionalita, S.sos, M.a³
Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
mvalomi@gmail.com¹, iis_kurnian@gmail.com², nasionalitakharisma@gmail.com³

Abstrak

Belakangan ini, selebriti *Ask.fm* atau biasa disebut dengan “*selebask*” seringkali mendapatkan *bullying* akibat dari konten yang mereka unggah di media sosial. Hal ini tentu menarik untuk dikaji lebih dalam karena dunia *virtual* dan dunia *real* tentu memiliki aturan yang berbeda dalam membentuk citra. Penelitian ini fokus pada bagaimana *Selebask* di panggung depan, panggung tengah dan panggung belakang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Pengelolaan Kesan yang *Selebask* bentuk di media sosial *Ask.fm*.

Penelitian ini menggunakan kajian *Impression Management* milik Erving Goffman dan dilihat dari perspektif dramaturgis yaitu aspek panggung depan, panggung tengah dan panggung belakang layaknya panggung teater.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan Dramaturgi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa setiap *Selebask* melakukan Pengelolaan Kesan sesuai dengan yang mereka inginkan untuk menghasilkan citra yang baik dihadapan publik. Dengan mengetahui Pengelolaan Kesan pada *Selebask* diharapkan agar pengguna media sosial dapat melakukan pengelolaan kesan dengan baik agar menghindari pandangan negatif dari khalayak umum.

Kata kunci : Media Sosial, Ask.fm, Selebask, Manajemen Kesan, Dramaturgi

Abstract

Lately, celebrities Ask.fm or commonly called the "selebask" bullying often suffer as a result of the content they upload on social media. It is certainly interesting to be studied more deeply because of the virtual world and the real world has different rules in shaping the image. This study focuses on how selebask in front stage, middle stage and back stage.

The purpose of this study was to determine how the Impression Management of Selebask in social media Ask.fm. This study uses a study of Impression Management belongs to Erving Goffman and the views from the dramaturgical perspective that aspect of the front stage, center stage and back stage like a theater stage.

The method used is a qualitative method approach to dramaturgy. Results from this study showed that every Selebask perform management in accordance with the Impression that they want to produce a good image before the public. By knowing the Impression Management on Selebask expected that social media users can do with a good Impression Management in order to avoid a negative view of the public.

Keywords : Social media, Ask.fm, Selebask, Impression Management, Dramaturgy

1. PENDAHULUAN

Media sosial adalah sebuah teknologi komunikasi yang saat ini marak digunakan oleh manusia (khususnya remaja) dalam berinteraksi sehari-hari. Dilansir dari website smartbisnis.com, Pengguna internet di Indonesia mencapai 88,1 juta pengguna dan 79 juta antaranya adalah pengguna media sosial. (sumber : www.smartbisnis.com, Diakses pada 20 April 2016, pukul 21.01 WIB). Media sosial yang

tergolong populer di Indonesia pada Tahun 2016 antara lain adalah : Facebook, Twitter, Instagram, Path, Pinterest, Linked-in, Google Plus, Tumblr, Flickr dan Ask.fm. (sumber : aduba.co, Diakses pada 25 April 2016, pukul 22.00 WIB).

Bagi kalangan muda, *Ask.fm* bukan lagi menjadi media Bertanya dan Menjawab melainkan menjadi media mengekspresikan diri dan menjadikan *ask.fm* sebagai wadah dalam membentuk citra diri yang mengarahkan pada kesan tertentu. Di dunia *Ask.fm*, semua pengguna dapat menjadi selebritas. Seperti yang kita tahu, peran media sosial membuat siapapun menjadi terkenal dan menjadi pusat perhatian. Banyak orang yang sukses memulai karir menjadi selebritis melalui media sosial. Hal ini di lansir oleh (sumber: lifestyle.liputan6.com, Diakses pada 10 Agustus 2016, pukul 21.30 WIB).

Dalam (Jatmika, 2013) menjelaskan bahwa salah satu alasan remaja menggunakan media sosial adalah untuk menumbuhkan citra. Oleh sebab itu, remaja menjadikan media sosial sebagai penumbuh citra positif mereka. Remaja akan cenderung memberikan kesan yang baik saat di media sosial. Mereka berharap orang lain melihat mereka seperti apa yang mereka harapkan.

Di Indonesia, terdapat kurang lebih 30 pengguna yang mendapat (tanda ceklis) atau yang disebut dengan *verifikasi* dari pihak *ask.fm*. Mereka adalah pengguna yang disebut-sebut sebagai *selebask* di kalangan pengguna *ask.fm*. Belakangan ini, terdapat banyak kasus *Bullying* di kalangan pengguna media sosial khususnya pada *Selebask*. hal ini disebabkan oleh terdapatnya fitur *Anonymus* di media sosial tersebut yang membuat *selebask* rentan mendapat pertanyaan *Hate*.

Telah diketahui bahwa sebagian besar dari *selebask* telah mendapat pertanyaan yang serupa, dan pertanyaan tersebut muncul akibat konten konten yang telah mereka unggah di media sosial *ask.fm* dan mendapat respon negatif dari para *followers*-nya.

Peneliti mengasumsikan bahwa konten yang diunggah oleh *selebask*, belum tentu menentukan pribadi seseorang pada kehidupan *Real*-nya ketika mereka tidak menggunakan media sosial *ask.fm*. Disini peneliti melihat sesuatu yang menarik untuk dibahas, bagaimana kita dapat melihat pengelolaan kesan seorang *selebask* dilihat dari *front stage* (panggung depan), *middle stage* (panggung tengah) dan tentunya *back stage* (panggung belakang). Sebuah *image* di muka publik adalah suatu bahasan yang menarik untuk diteliti karena tentunya dunia *virtual* mempunyai aturan berbeda dengan dunia *real*. Oleh karena itu, menurut fenomena diatas, maka penulis memutuskan untuk mengambil judul penelitian “*Pengelolaan Kesan Selebask (Studi Dramaturgi Pada Pengguna Ask.fm Dari Kalangan Mahasiswa)*”. Penelitian ini akan menjelaskan bagaimana kehidupan panggung depan, panggung tengah dan panggung belakang seorang *selebask* dengan menggunakan pendekatan dramaturgi.

Dalam penelitian ini, permasalahan yang ingin diangkat oleh peneliti adalah:

1. Bagaimana *Front Stage* (panggung depan) mahasiswa yang menjadi *selebask*?
2. Bagaimana *Middle Stage* (panggung tengah) mahasiswa yang menjadi *selebask*?
3. Bagaimana *Back Stage* (panggung belakang) mahasiswa yang menjadi *selebask*?

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi

Menurut Mulyana (2007:64) komunikasi merupakan suatu proses linier atau proses sebab-akibat. Yang mencerminkan pengirim pesan atau yang biasa disebut komunikator untuk mengubah pengetahuan, sikap atau perilaku penerima pesan. Wiryanto(2004;7) komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi Pace dan Fanless dalam mulyana(2007;65) yang men definisikan komunikasi sebagai dua bentuk umum tindakan yang dilakukan orang yang terlihat dalam komunikasi, yaitu penciptaan pesan dan penafsiran pesan. Pesan disini tidak harus berupa kata-kata, namun juga bisa merupakan pertunjukan (*display*), termasuk pakaian, perhiasan, dan hiasan wajah(*make up* atau *jenggot*), atau yang lazimnya disebut pesan non verbal.

Berdasarkan definisi tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa komunikasi adalah sebuah proses sebab akibat dari suatu pengiriman pesan, baik secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi merupakan proses seorang komunikator menyampaikan sesuatu, apakah itu pesan, kesan, atau informasi kepada orang lain sebagai komunikan, bukan hanya sekedar memberitahu, tetapi juga

mempengaruhi untuk melakukan tindakan tertentu, yakni mengubah perilaku orang lain dengan menggunakan suatu media dalam penyampaian.

2.2. New Media

New Media atau media online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). New Media merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008: 13).

Untuk bisa menjadi *new media*, sebuah medium harus memiliki komponen 4c antara lain :

- a. *Computing and information technology*
- b. *Communication network*
- c. *Digitalized media and content*
- d. *Convergence*

2.3. Media Sosial

Sosial media menurut Dailey (2009:3) adalah konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur. Paling penting dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, membaca dan berbagi berita, serta mencari informasi dan konten.

Kaplan dan Haenlein menciptakan skema klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial dalam artikel Horizons Bisnis mereka yang diterbitkan tahun 2010. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial. Antara lain : proyek kolaborasi, blog dan mikroblog, konten, situs jejaring sosial, *virtual game worlds*, *virtual social words*.

2.4. Ask.fm

Ask.fm adalah situs jejaring sosial global di mana pengguna membuat profil dan dapat saling mengirim pertanyaan lain, dengan pilihan untuk melakukannya secara anonim. Jejaring sosial ini telah menyediakan tempat bagi anggotanya untuk bersenang-senang, berbagi informasi, berteman, dan berekspresi dengan leluasa. *Ask.fm* ingin para anggota melakukannya dalam lingkungan yang aman. Jadi, kami berupaya keras 24/7 untuk menciptakan dan terus memelihara tindakan keamanan yang tangguh dan mencakup banyak hal. Satu hal yang sama pentingnya dengan keinginan situs ini untuk bertanya, yaitu kebahagiaan anggota.

2.5. Teori Interaksi Simbolik

Menurut Ralph Larossa dan Donald C.Reitzes(1993) dalam West and Turner (2008:96). Interaksi simbolik pada intinya menjelaskan tentang kerangka referensi untuk memahami bagaimana manusia, bersama dengan orang lain, menciptakan dunia simbolik dan bagaimana cara dunia membentuk perilaku manusia.

Interaksi simbolik ada karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia (*Mind*) mengenai diri (*Self*), dan hubungannya di tengah interaksi sosial, dan bertujuan akhir untuk memediasi, serta menginterpretasi makna ditengah masyarakat (*Society*) dimana individu itu menetap. Seperti yang dikatakan oleh Douglas(1970) dalam Ardianto(2007:136), makna itu berasal dari Interaksi, dan tidak ada cara lain untuk membentuk makna selain dengan membangun hubungan dengan individu lain melalui interaksi.

Defenisi singkat dari ketiga dasar dari Interaksi Simbolik antara lain :

1. Pikiran (*Mind*) adalah kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana tiap individu harus mengembangkan pikiran melalui interaksi dengan individu lain.
2. Diri (*Self*) adalah kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain.
3. Masyarakat (*Society*) adalah jejaring hubungan sosial yang diciptakan, dibangun dan dikonstruksikan oleh tiap individu ditengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku mereka yang pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran ditengah masyarakatnya.

2.6. Teori Impression Management

Pengelolaan Kesan (*Impression Management*) adalah suatu bentuk dari upaya presentasi diri. Sering kali orang-orang melakukan pengelolaan kesan tanpa sadar, ada kalanya setengah sadar, namun juga dengan penuh kesadaran demi kepentingan pribadi, finansial, sosial dan politik tertentu. (Mulyana, 2003:120)

Presentasi diri merupakan upaya individu untuk menumbuhkan kesan tertentu di depan orang lain dengan cara menata perilaku agar orang lain memaknai identitas dirinya sesuai dengan apa yang ia inginkan. Dalam proses produksi identitas tersebut, ada suatu pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan mengenai atribut simbol yang hendak digunakan sesuai dan mampu mendukung identitas yang ditampilkan secara menyeluruh.

Menurut Goffman (1959) pengelolaan kesan atau *Impression Management* dibutuhkan ketika kesulitan persepsi timbul karena persona stimuli berusaha menampilkan petunjuk-petunjuk tertentu untuk menimbulkan kesan tertentu pada diri penanggap (Jalaludin 2007 : 96). Orang lain menilai berdasarkan petunjuk-petunjuk yang pribadi berikan, dan dari penilaian itu mereka memperlakukan pribadi itu sendiri. Bila mereka menilai pribadi berstatus rendah, pribadi tidak mendapatkan pelayanan istimewa. Bila pribadi dianggap bodoh, mereka akan mengatur pribadi. Untuk itu, pribadi secara sengaja menampilkan diri atau (*self-presentation*) seperti apa yang ia hendaki. Peralatan lengkap yang digunakan untuk menampilkan diri terdiri dari:

- a. Panggung atau *setting* adalah rangkaian peralatan ruang dan benda yang digunakan.
- b. Penampilan (*appearance*) berarti menggunakan petunjuk artifaktual.
- c. Gaya bertingkah laku (*manner*), menunjukkan cara bagaimana berjalan, duduk, berbicara, memandang, dan sebagainya. Tujuannya untuk memberikan pesan tertentu.

3. METODE PENELITIAN

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis, karena objek penelitian akan diteliti dan di analisa oleh peneliti serta dikonstruksi oleh pikiran peneliti. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, motivasi, tindakan, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan dramaturgi. Dalam bukunya yang berjudul "*The Presentational of Self in Everyday Life*", Goffman memperkenalkan konsep pendekatan dramaturgi yang bersifat penampilan teatris. Dramaturgi Goffman ini berada di antara tradisi interaksi simbolik dan fenomenologi. (Basrowi dan Sukidin, 2002:103). Untuk melengkapi data dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan observasi, wawancara dan dokumen yang berhubungan dengan penelitian ini.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Panggung depan (*Front Stage*)

Panggung depan adalah dimana para *selebask* menampilkan performa yang di kagumi oleh orang lain dari segi apapun itu, *ask.fm* menjadi alat sebagai *eksistensi* keberadaan informan di media sosial. Panggung depan merupakan hasil dari pengelolaan kesan dalam usaha menampilkan kesan atau citra diri dengan komponen Peralatan (*Setting*), Penampilan (*appearance*) dan Sikap (*manner*) yang ditampilkan oleh *selebask* dibentuk sesuai citra yang ingin mereka tampilkan.

4.2. Panggung Tengah (*Middle Stage*)

Middle Stage merupakan sebuah panggung lain di luar panggung resmi saat sang aktor mengkomunikasikan pesan-pesannya, yakni panggung depan (*front stage*) saat mereka beraksi di depan khalayak tetapi juga di luar panggung belakang (*back stage*) saat mereka mempersiapkan segala atribut atau perlengkapan untuk ditampilkan di panggung depan (Mulyana, 2008: 58). Di panggung inilah segala persiapan aktor disesuaikan dengan apa yang akan dihadapi di atas panggung, untuk menutupi identitas aslinya. Panggung ini disebut juga panggung pribadi, yang tidak boleh diketahui oleh orang lain. Panggung ini juga yang menjadi tempat bagi aktor untuk mempersiapkan segala sesuatu atribut pendukung pertunjukannya. Baik itu tata rias, peran, pakaian, sikap, perilaku, bahasa tubuh, mimik wajah, isi pesan, cara bertutur dan gaya bahasa

4.3. Panggung Belakang (*Back stage*)

Bagian *backstage* dari para informan ini adalah dimana mereka berada pada lingkungan yang dikelilingi oleh orang-orang yang memiliki ikatan emosional seperti kerabat dekat yaitu : kekasih, sahabat maupun orang tua. Di bagian *backstage* ini, label *selebask* tentu tidak melekat lagi di diri informan seperti pada di kehidupan *front stage*.

Dibawah ini adalah ulasan singkat mengenai selebask dilihat dari panggung depan, panggung tengah dan panggung belakang :

Tabel 4.1
Panggung depan, panggung Tengah, panggung belakang selebask
Sumber : olah data peneliti

Rara Raspberry		
Front Stage	Middle Stage	Back Stage
<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Selebask</i> 2. Berpenampilan Menarik 3. Menggunakan <i>Make-up</i> 4. Kesan baik 5. Berteman dengan Sesama <i>Selebask</i> 6. Isi pesan terbatas (seputar pengetahuan yang mereka kuasai seperti (Ukelele dan Skin care) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuka media sosial <i>ask.fm</i> 2. Menggunakan <i>hijab</i> dan <i>make-up</i> agar terlihat menarik 3. Memilih gambar dengan <i>Make-up</i> yang sempurna. 4. Berperilaku ramah 5. Melakukan kegiatan dengan <i>selebask</i>. 6. Mencari informasi untuk menjawab pertanyaan terkait. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiwa Universitas Indonesia 2. Berpenampilan Sederhana dan Seperlunya 3. <i>No make-up</i> 4. Pernah Marah dan Ceplas-ceplos 5. Berteman dengan siapa saja meskipun bukan <i>selebask</i> 6. Isi pesan Tidak Terbatas
Kimberly Akimoto		
Front Stage	Middle Stage	Back Stage
<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Selebask</i> 2. Berpenampilan Menarik dan <i>Sexy</i> 3. Kesan apa adanya 4. Berteman Dengan sesama selebask 5. <i>Travelling</i> 6. Isi pesan terbatas(mengenai <i>Vegetarian</i>, <i>Psikologi</i>) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuka media sosial <i>ask.fm</i> 2. Berpose sesuai citra yang ingin ditunjukan 3. Melakukan hal-hal sesuai keinginan dan <i>mood</i>. 4. Melakukan kegiatan dengan <i>selebask</i> di luar media sosial <i>ask.fm</i> 5. Memilih foto bertema travelling yang menarik 6. Berusaha menjelaskan mengenai pertanyaan yang terkait. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa <i>Pshycology</i> Toronto 2. Berpenampilan Seperlunya 3. Ramah dan Pemalu 4. Berteman dengan banyak orang di belahan dunia meskipun bukan <i>selebask</i> 5. <i>Study and reading</i> 6. Isi pesan tidak terbatas
Tia Atriani		
Front Stage	Middle Stage	Back Stage
<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Selebask</i> 2. <i>Make up addict</i> 3. Kesan baik 4. Berpenampilan Menarik 5. Berteman dengan sesama <i>selebask</i> 6. Isi pesan terbatas (berbicara mengenai <i>make-up</i> dan perkuliahan di UK) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuka media sosial <i>ask.fm</i> 2. Menggunakan <i>make-up</i> seperlunya. 3. Berperilaku ramah 4. Berusaha menarik dalam berpose 5. Melakukan kegiatan dengan <i>selebask</i> 6. Mempersiapkan informasi mengenai isi pesan yang akan dibagikan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa <i>Newcastle University</i> 2. <i>No make up</i> 3. Pribadi Nyablak 4. Berpenampilan seperlunya 5. Berteman dengan siapa saja 6. Isi pesan Tidak terbatas

4.4. Pengelolaan Kesan (*Impression Management*) Selebask

Tabel 4.2
Pengelolaan Kesan (*Impression Management*) Selebask

Informan	Penampilan	Isi Pesan	Gambar	Cara Bertutur
Rara	Menggunakan Hijab dan berpose semenarik mungkin	Hal-hal yang mengenai <i>Skin Care</i> dan Ukelele	Produk kecantikan <i>skin care</i> sesuai dengan pertanyaan yang informan pilih,	Cara bertutur yang ditunjukkan melalui tulisan di media sosial <i>ask.fm</i> terkesan Ramah
Kimberly	Menunjukan ke <i>Sexy</i> an tubuh Informan menggunakan Bikini.	Berbagi informasi mengenai Vegetarian dan <i>Pshycology</i> berdasarkan pengalaman yang dimilikinya.	<i>Travelling and body</i> , kesan yang ditunjukkan informan bahwa dirinya pencinta travelling dan body miliknya	Cara bertutur <i>simple</i> dan <i>to the point</i>
Tia	<i>Tanned</i> , untuk menunjukan kesan pencinta kulit gelap.	<i>Make-up and Study Abroad</i> , sesuai dengan kemampuan informan	Produk kecantikan <i>Make-up</i> , sesuai dengan pertanyaan dan pengetahuan informan.	Cara bertutur terkesan ramah dengan menggunakan emoji.

Sumber : olah data peneliti

Pada media sosial *ask.fm* pengguna mendapatkan berbagai pertanyaan dan tentu dapat mengajukan pertanyaan. Dalam menjawab pertanyaan. Mereka dapat memilih pertanyaan sesuai yang mereka inginkan dan dapat mereka jawab dengan konten sesuai yang mereka inginkan. Menurut Tabel diatas, dapat kita lihat bahwa pengelolaan kesan yang dilakukan setiap selebask adalah berbeda-beda. Mereka menunjukkannya melalui fitur-fitur yang ada didalam media sosial *ask.fm*.

Rara dalam pengelolaan kesan yang dilakukannya ingin menunjukan sebagai seseorang yang soleh namun berpengetahuan luas. Dia menunjukan sebagai seseorang yang informatif dengan berbagi informasi mengenai pengetahuan yang dimilikinya terlebih khususnya topik mengenai *skin-care*, *make-up* dan ukelele dengan memilih pertanyaan yang berkaitan dengan hal tersebut. Dia juga menggunakan kalimat dengan sopan dalam berinteraksi dengan pengguna *ask.fm* lain nya, hal ini menunjukan bahwa dia ingin terlihat sebagai pribadi yang ramah dan baik.

Kimberly dalam pengelolaan kesan nya dia menunjukan bahwa dirinya adalah wanita yang *sexy* dan menarik. Hal ini terlihat dari gambar yang ia posting di media sosial *ask.fm* nya. Menurutnya tubuh nya adalah sesuatu yang indah. Dia juga menunjukan seseorang yang edukatif dengan membagikan materi yang telah dia pelajari dalam proses belajar nya ke media sosial *ask.fm* yaitu hal-hal yang mengenai Psikologi dan Vegetarian. Kimberly memilih pertanyaan yang berkaitan dengan sesuatu yang ia ketahui sehingga ia dapat memberikan informasi kepada pengguna lainnya. Dalam menjawab pertanyaan yang ada di *ask.fm*, Kimberly lebih memilih menjawab dengan cara *simple*. Yaitu langsung ke topik dengan penjelasan yang singkat, padat dan jelas. Dengan menjawab dengan *to the point* tersebut, mengindikasikan bahwa Kimberly tidak terlalu ingin melakukan pencitraan. Menurutnya di media sosial *ask.fm* dia ingin menunjukan kesan yang setengah-setengah seperti yang dia katakan yaitu “tidak baik dan tidak buruk”. Dia tetap ingin berusaha menjadi dirinya yang sesungguhnya meskipun di dunia virtual *ask.fm*.

Tia dalam pengelolaan kesannya ingin menunjukan kecintaanya dengan kulit gelap, menurutnya wanita berkulit gelap adalah *sexy*. Hal ini ditunjukan pada gambar yang ia posting ke media sosial *ask.fm* nya. Dalam menjawab pertanyaan, Tia lebih memilih pertanyaan yang berhubungan dengan *make-up* dan *study abroad*. Dia memberikan jawaban yang menurutnya sesuai dengan pengetahuan dirinya sehingga dapat membantu pengguna *ask.fm* dalam pencarian informasi yang mereka butuhkan dari Tia. Dalam cara menjawab pertanyaan, Tia ingin menunjukan dirinya yang ramah dengan memberikan emoji-emoji. Salah satunya yang sering digunakan adalah emoji matahari. Emoji matahari mengindikasikan dirinya yang cinta dengan keberadaan matahari yang telah membuatnya menjadi *tanned*.

Pengelolaan kesan yang dilakukan *selebask* tidak selalu sama. Hal ini tergantung kepada pribadi masing-masing. Dilihat dari ketiga informan diatas, mereka menunjukan seseorang yang memiliki pribadi yang

baik dan tentunya berpengetahuan sehingga dapat menarik perhatian para pengguna *ask.fm* lainnya untuk bersedia membaca informasi yang telah dibagikan oleh mereka.

5. KESIMPULAN

a. *Front Stage (panggung depan)* :

Pemetaan panggung depan yang digunakan oleh informan adalah media sosial *ask.fm* yang merupakan media sharing foto, video dan *text* dalam bertanya dan menjawab (media sosial QnA). Panggung Depan dilihat dari bagaimana informan melakukan pembentukan kesan pada panggung depan melalui fitur-fitur seperti : bahasa, foto, video, isi pesan yang ada di panggung depan *selebask* yaitu di media sosial *Ask.fm*.

Dramaturgi pada panggung depan merupakan penampilan dan kesan pilihan yang menunjukkan citra diri seorang *selebask*. Kesan yang muncul tersebut dilihat dari fitur yang digunakan dalam media sosial *ask.fm* yang akan terlihat prosesnya pada panggung tengah. Bentuk Dramaturgi pada panggung depan yaitu dengan menunjukkan kualitas elemen elemen yang ditampilkan oleh *selebask*.

b. *Middle Stage (panggung tengah)* :

Middle stage (panggung tengah) merupakan area atau wilayah transisi *selebask* dari panggung belakang ke panggung depan. pada panggung tengah ini, ketiga informan melakukan hal yang sama dalam mempersiapkan segala kelengkapan yang dapat mendukung penampilannya di panggung depan. kelengkapan yang seringkali digunakan antara lain adalah *make-up*, gambar yang sudah di rasa bagus untuk di unggah, dan gambar yang sesuai dari pertanyaan yang telah dipilih oleh *selebask*.

c. *Back Stage (panggung belakang)* :

Pemetaan panggung belakang menunjukkan bahwa kehidupan sehari-hari informan sebagai mahasiswa dan orang biasa (tidak memiliki label apapun). Panggung belakang adalah merupakan *moment* yang tidak ditunjukkan dan seringkali tidak terlihat di media sosial *ask.fm*. Hasil analisis panggung belakang menunjukkan bahwa aktifitas yang terjadi di media sosial *ask.fm* tidak selalu sama dengan aktivitas diluar media sosial *ask.fm*.

Dramaturgi panggung belakang informan adalah bagaimana keakraban bersama teman teman, menggunakan bahasa tidak EYD dan sesuatu atribut yang tidak pernah ditampilkan di media sosial *ask.fm*. Mereka tidak membawa label *selebask* ketika diluar media sosial *ask.fm* sehingga mereka dapat menjadi dirinya sendiri dan melakukan kegiatan apa saja yang mereka mau. Disini peneliti melihat *selebask* diluar media sosialnya memiliki karakter yang berbeda. Mereka cenderung santai, berbicara sesuka hati, tidak peduli tanggapan *haters* atau orang lain, melakukan tindakan yang tidak akan mereka tampilkan di media sosial *ask.fm*. Di panggung belakang inilah para *selebask* sibuk dengan kegiatan nya sebagai mahasiswa, memiliki teman selain pengguna *ask.fm* dan memiliki keluarga.

Daftar Pustaka

- [¹] Basrowi, Sukidin. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif Mikro*. Surabaya : Insan Cendikian.
- [²] Dailey, Patrick R. 2009. "*Social Media: Finding Its Way into Your Business Strategy and Culture*. Burlington, Linkage".
- [³] Elbadiansah, Umarso. 2014. *Interaksionisme Simbolik dari Era klasik hingga Modern*. Jakarta: PT. RajaGrafinddo Persada.
- [⁴] Goffman, Erving. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday.
- [⁵] Goffman, Erving. 1963. *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity*. London: Penguin.
- [⁶] Jatmika, Aningtias. 2015. *4 Alasan Remaja Gemar Media Sosial*.
- [⁷] Mulyana, Deddy. 2008. *Metode penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- [⁸] Mulyana, Deddy. 2013. *Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-contoh penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- [⁹] West, Richard dan Turner, Lynn H. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Buku 1 edisi ke 3. Jakarta: Salemba Humanika.